

Zur Rolle der Mode in verschiedenen Alters- und Tätigkeitsgruppen der Jugendlichen unter besonderer Berücksichtigung von POS-Schülern der 9. und 10. Klasse

Forschungsbericht / research report

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Zentralinstitut für Jugendforschung (ZIJ). (1980). *Zur Rolle der Mode in verschiedenen Alters- und Tätigkeitsgruppen der Jugendlichen unter besonderer Berücksichtigung von POS-Schülern der 9. und 10. Klasse*. Leipzig. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-375674>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.



**Zur Rolle der Mode in verschiedenen Alters-
und Tätigkeitsgruppen der Jugendlichen unter
besonderer Berücksichtigung von POS-Schülern
der 9. und 10. Klasse**

Bearbeiter: Dr. W. Stompler

Leipzig, Dezember 1980

Gliederung

Blatt

0. Vorbemerkungen zu den Untersuchungen und zum Vergleich zwischen den Gruppen	3
1. Motive der Jugendlichen für ihr Modeverhalten	4
2. Information und Kommunikation in Modefragen	7
3. Zu einigen Aspekten des Modeverhaltens	9
4. Zur Jugendbekleidung und zu den Jugendmode-einrichtungen	11
5. Markenzeichen, Abzeichen, Embleme an der Kleidung	14
6. Zusammenfassende Bemerkungen	17

Anhang: 3 Tabellen

0. Vorbemerkungen zu den Untersuchungen und zum Vergleich zwischen den Gruppen

Die hier vorzustellenden Untersuchungsergebnisse sind ein Beitrag zur Vervollständigung der Erkenntnisse, die mit der Modestudie (vgl. Forschungsbericht "Jugend und Mode" VD-ZIJ-53/79) gewonnen wurden. In die Untersuchungen zur Modestudie waren ca. 2000 Lehrlinge, Arbeiter und Studenten einbezogen. Untersuchungsschwerpunkte waren die Einstellungen der Jugendlichen zu Modefragen, ihre Modeinteressiertheit und die Motive modebezogener Verhaltensweisen. Das Hauptziel der Untersuchung bestand darin, Möglichkeiten einer gezielten Einflußnahme auf die Entwicklung eines Modeverhaltens, welches mit den Prinzipien der sozialistischen Lebensweise im Einklang steht, aufzuzeigen. Als Untersuchungsmethode wurde die schriftliche Befragung in Gruppensituation gewählt; der Fragebogen enthielt fast ausschließlich geschlossene Fragestellungen.

Da die Untersuchungsergebnisse von Lehrlingen und älteren Jugendlichen (Arbeiter, Studenten) eine Reihe praktisch relevanter Unterschiede aufwiesen, und auch aus Gründen der Vollständigkeit, machte sich eine Zusatzuntersuchung bei Schülern erforderlich. Im Rahmen anderer Forschungsvorhaben des ZIJ konnten im Frühjahr 1980 etwa 600 Schüler aus 9. und 10. Klassen der POS der Stadt Leipzig zum Problemkreis "Mode" befragt werden. Zum Einsatz kam eine gekürzte, leicht modifizierte Fassung des schon in der Hauptuntersuchung eingesetzten Fragebogens.

Im vorliegenden Bericht werden alle bei den Schülern erzielten Untersuchungsergebnisse vorgestellt und mit denen der anderen Alters- und Tätigkeitsgruppen verglichen.

Die Gesamtpopulation (N = 2655) setzt sich wie folgt zusammen:

Schüler (Sch):	611	(davon 48 % männl.)
Lehrlinge (L):	572	(davon 43 % männl.)
Arbeiter (A) ¹⁾ :	1021	(davon 35 % männl.)
Studenten (St):	451	(davon 55 % männl.).

¹⁾ Die Teilpopulation "Arbeiter" schließt Arbeiter und Angestellte aus produzierenden und nichtproduzierenden Bereichen ein.

Obwohl in den untersuchten Teilpopulationen kein ausgewogenes Geschlechterverhältnis gegeben war, wurde die Vergleichbarkeit dadurch gewährleistet, daß die Ergebnisse zunächst für beide Geschlechter differenziert ermittelt wurden.

Als Gesamtergebnis der jeweiligen Teilpopulation wird in diesem Bericht das arithmetische Mittel der beiden Geschlechter ausgewiesen.

Von den Schülern besuchten im Untersuchungszeitraum

62 % die 9. Klasse

und

38 % die 10. Klasse

der Polytechnischen Oberschule.

1. Motive der Jugendlichen für ihr Modeverhalten

Wir verzeichnen in allen Alters- und Tätigkeitsgruppen der Jugendlichen ein reges Interesse für die Mode auf den verschiedensten Gebieten des Lebens, insbesondere natürlich für die Bekleidungsmode. Bereits bei den Schülern bekundet fast die Hälfte starkes bis sehr starkes Interesse für die Beschäftigung mit Modefragen in der Freizeit. Dieser Anteil wächst bei Lehrlingen und jungen Arbeitern auf etwa 70 %, bei den Studenten beträgt er 60 %.

Im Ensemble aller Freizeitinteressen nimmt die Mode einen mittleren Rangplatz ein. Auf die Geschlechterdifferenzierung soll hier nicht erneut ausführlich eingegangen werden. Festzuhalten ist lediglich, daß auch von den Schülerinnen wie von allen anderen weiblichen Teilpopulationen der Mode ein deutlich größeres Interesse entgegengebracht wird als von den männlichen Jugendlichen. Dies spiegelt sich auch darin wider, daß die Mädchen und jungen Frauen ihr Modeverhalten meist stärker motivieren: Bei den am häufigsten bejahten Motiven ist der Anteil der zustimmenden weiblichen Jugendlichen größer als der der männlichen Jugendlichen (siehe Tabelle 1).

Tab. 1: Motive für das Mitmachen der Mode
(in % der Jugendlichen, die dem jeweiligen Motiv zustimmen; differenziert nach Geschlechtern; Rangfolge nach \bar{x} bei Schülern ges.)

		Sch	L	A	St
Ich mache die Mode mit, um ...					
1. meinen persönlichen Geschmack zeigen zu können	m	74	75	84	78
	w	89	92	91	93
2. besonders jugendlich zu wirken	m	62	56	54	28
	w	78	74	67	36
3. mich meinen Freunden anzupassen	m	58	51	39	24
	w	66	51	39	20
4. mein Selbstbewußtsein zu stärken	m	34	37	34	33
	w	48	54	54	57
5. anderen zu imponieren	m	36	29	24	15
	w	45	39	31	25
6. meine Selbständigkeit gegenüber meinen Eltern zu demonstrieren	m	38	26	16	5
	w	40	25	17	3
7. wie ein Erwachsener auszu- sehen	m	36	21	16	7
	w	35	25	18	5
8. anderen gegenüber aufzu- fallen	m	27	20	17	13
	w	30	23	21	15
9. damit Protest gegen allgemein bekannte Verhaltensregeln zu bekunden	m	21	21	14	7
	w	14	13	8	8
10. meine politischen Einstel- lungen bzw. Anschauungen auszudrücken	m	15	15	18	10
	w	14	15	17	8

An der Spitze aller Motive für modebewußtes Verhalten steht die Absicht, den persönlichen Geschmack zu zeigen. Dieses Motiv ist in allen Alters- und Tätigkeitsgruppen der Jugendlichen nahezu gleich stark verbreitet. Auch die Studenten stimmen diesem Motiv ebenso häufig zu wie andere Teilgruppen, während sie allen anderen Motiven mit Ausnahme der Stärkung des Selbstbewußtseins durchweg weniger Bedeutung beimessen.

Das Modeverhalten der Schüler ist im wesentlichen ähnlich motiviert wie das der Lehrlinge. Sie betonen jedoch noch häufiger als Lehrlinge, daß für sie die Anpassung an die Freunde, die Demonstration von Selbständigkeit den Eltern gegenüber und der Wunsch, wie ein Erwachsener auszusehen, eine wichtige Rolle spielen. Das sind wiederum diejenigen Motive, die von jungen Arbeitern seltener als von Lehrlingen angeführt werden - hier ist also eine deutliche Altersabhängigkeit gegeben. Ein Teil der Schüler und Lehrlinge - vornehmlich die männlichen unter ihnen - möchte die Mode mitmachen, um einen gewissen Protest gegen allgemeine Verhaltensnormen zu demonstrieren.

Die Absicht, anderen zu imponieren, anderen gegenüber aufzufallen, ist zwar bei Schülern noch am stärksten ausgeprägt, dennoch rangieren diese Motive deutlich hinter dem Anpassungsstreben und vor allem hinter den für Jugendliche aller Alters- und Tätigkeitsgruppen dominierenden Motiven "persönlichen Geschmack zeigen" und "besonders jugendlich wirken wollen".

Die Mehrzahl der Motive für das Modeverhalten haben einen ganz bestimmten Stellenwert, der weder zwischen den Alters- und Tätigkeitsgruppen noch zwischen den Geschlechtsgruppen größeren Veränderungen unterworfen ist (vgl. hierzu auch Tabelle 1 im Anhang).

Als wichtigste Ausnahmen sind folgende anzumerken:

Das Motiv "Stärkung des Selbstbewußtseins" wird in allen Teilpopulationen von etwa einem Drittel der männlichen Jugendlichen und der Hälfte der weiblichen Jugendlichen genannt. Obwohl es also überall gleich häufig verbreitet ist, hat dieses Motiv bei den Studenten (m und w) einen größeren Stellenwert und bei den männlichen Schülern einen geringeren Stellenwert als in allen anderen Teilgruppen.

Mit fortschreitendem Alter und der damit einhergehenden beruflichen Qualifizierung wird die Abhängigkeit von den Eltern geringer, und das Motiv "Selbständigkeit den Eltern gegenüber demonstrieren" verliert stark an Bedeutung.

Für Schüler (aber auch noch für Lehrlinge) ist charakteristisch, daß sie insgesamt mehr Motiven zustimmen als die älteren Jugendlichen, bei denen sich die wichtigsten Motive verfestigt haben, während sie untergeordneten Motiven nur noch in beschränkter Zahl

zustimmen. Die Konzentration auf einige wichtige Motive für das Modeverhalten bei jungen Arbeitern und Studenten kann durchaus als ein Ausdruck ihrer fortgeschrittenen Persönlichkeitsentwicklung angesehen werden.

2. Information und Kommunikation in Modefragen

Tab. 2: Informationsquellen der Jugendlichen in Modefragen
(Jugendliche, die sich informieren, in %; in Klammern dahinter: Jugendliche, die sich regelmäßig informieren)

	Sch	L	A	St
Angebote in Geschäften und Schaufenstern	88 (27)	86 (28)	86 (32)	84 (33)
Bekleidungsgepflogenheiten anderer Menschen	82 (24)	83 (25)	85 (26)	89 (33)
DDR-Modezeitschriften und -kataloge	64 (9)	68 (11)	<u>79 (23)</u>	69 (18)
"Junge Welt"	67 (<u>31</u>)	63 (<u>31</u>)	59 (22)	62 (25)
DDR-Rundfunk und -Fernsehen	66 (8)	67 (7)	74 (12)	70 (6)
Jugendmagazin "NL"	<u>45</u> (12)	64 (20)	62 (14)	61 (16)
andere Zeitungen und Zeitschriften der DDR	55 (6)	57 (7)	70 (10)	63 (7)
BRD-Rundfunk und -Fernsehen	<u>69</u> (16)	55 (13)	59 (11)	48 (6)
Modezeitschriften und -kataloge des soz. Auslandes	46 (2)	48 (4)	<u>62</u> (6)	49 (4)
Modeschauen	51 (7)	48 (6)	57 (6)	45 (3)
BRD-Modezeitschriften und -kataloge	<u>65</u> (11)	56 (8)	54 (7)	43 (5)

Jugendliche aller Alters- und Tätigkeitsgruppen orientieren und informieren sich in Modefragen vornehmlich durch die Beobachtung des Warenangebotes und der Bekleidungsgepflogenheiten anderer Menschen. Die Aneignung entsprechenden Wissens erfolgt

in der Regel sporadisch, selten regelmäßig und zielgerichtet. Für Schüler und Lehrlinge stellt die "Junge Welt" eine der wichtigsten (und auch die am regelmäßigsten genutzte) Informationsquelle dar. Vergleichsweise selten werden von den Schülern Anregungen in Modefragen dem Jugendmagazin "Neues Leben" entnommen. Dagegen ist der Anteil der Schüler, die sich über westliche Modejournale und Sendungen der Massenmedien informieren, besonders groß. - Junge Arbeiter informieren sich vergleichsweise häufiger als Jugendliche anderer Teilgruppen durch Modezeitschriften der DDR und auch des sozialistischen Auslands. (Die bei Mädchen größere Aktivität bezüglich des Sammelns von Mode-Informationen ist auch für Schüler typisch; vgl. Hauptbericht).

Tab. 3: Bevorzugte Partner der Jugendlichen für den Meinungsaustausch in Modefragen (in % der Jugendlichen)

	Sch	L	A	St
Partner für den Meinungsaustausch:				
Ehepartner	-	1	29	23
fester Freund/feste Freundin	25	33	24	26
Freunde, Freundinnen	20	35	21	22
Kollegen, Schul-, Studienkameraden	13	8	12	13
Geschwister	9	8	6	4
Eltern	18	9	4	5
niemand	15	6	4	7

In allen Alters- und Tätigkeitsgruppen der Jugendlichen gehören Freunde und Bekannte zu den am häufigsten bevorzugten Partnern für den Meinungsaustausch in Fragen, die mit der Mode zusammenhängen. Am stärksten ausgeprägt ist diese Bevorzugung in der Gruppe der Lehrlinge. Bei Arbeitern und Studenten (ganz besonders bei den männlichen Vertretern dieser Teilgruppen) tritt der Ehepartner zu diesen bevorzugten Gesprächspartnern hinzu. In der Teilgruppe "Schüler" werden Freunde und Bekannte noch nicht so häufig wie bei den Lehrlingen angegeben. Dafür werden die Eltern überdurchschnittlich oft genannt, und auch der Anteil

der Schüler, die sich auf keinen bestimmten Partner für den Meinungsaustausch festlegen wollten, ist vergleichsweise hoch. Die Schülerinnen unterscheiden sich bei ihren Präferenzen von den Lehrlingen weniger als dies bei männlichen Schülern zu beobachten ist.

3. Zu einigen Aspekten des Modeverhaltens

Als wichtige Seiten des Modeverhaltens untersuchten wir die Fragen, wie sich junge Menschen beim Modewechsel in verschiedenen Wirkungsbereichen der Mode verhalten, d.h. in welchem Maße und wie schnell sie sich neuen Moden anschließen. Ferner interessierten die Anlässe, die die Jugendlichen zu besonders modebewußtem Auftreten veranlassen.

Tab. 4: Verhalten beim Modewechsel in verschiedenen Bereichen der Mode
(Anteil der Jugendlichen, die neue Moden schon in kurzer Zeit mitmachen, in %; dahinter in Klammern: Jugendliche, die auf diesem Gebiet die neuen Moden überhaupt nicht mitmachen)

		Sch	L	A	St
<u>Modegebiet:</u>					
Oberbekleidung	m	49 (18)	65 (8)	58 (8)	45 (7)
	w	70 (4)	73 (6)	76 (2)	74 (1)
Schuhwerk	m	42 (28)	41 (24)	40 (20)	29 (26)
	w	62 (7)	64 (10)	64 (10)	56 (10)
Bekleidungszubehör	m	34 (31)	35 (22)	30 (28)	17 (42)
	w	59 (14)	55 (15)	50 (13)	48 (16)
Frisuren	m	18 (53)	20 (44)	35 (39)	15 (52)
	w	18 (53)	26 (45)	31 (32)	16 (51)
Ensemble, Talismane, Abzeichen	m	22 (61)	16 (68)	2 (89)	1 (95)
	w	21 (62)	12 (75)	8 (81)	7 (87)

In den einzelnen Wirkungsbereichen der Mode ändert sich das Modeverhalten von den Schülern über die Lehrlinge bis hin zu den Arbeitern nur wenig, keineswegs grundlegend. Auftretende Differenzierungen dürften vornehmlich der unterschiedlichen finanziellen Situation geschuldet sein. Für diese Annahme spricht

auch die Tatsache, daß Studenten in geringerer Zahl als Arbeiter oder Lehrlinge bereit sind, neue Moden mitzumachen; in einzelnen Bereichen wie Oberbekleidung und Frisurgestaltung reagieren sie ähnlich wie Schüler auf neue Modetrends.

Neue "Moden" im Tragen von Abzeichen, Emblemen, Talismanen usw. werden von einem größeren Teil der Schüler als der Lehrlinge schon in kurzer Zeit befolgt. Junge Arbeiter und Studenten üben hier ausgesprochene Zurückhaltung.

(Wie sich Jugendliche innerhalb ihrer Arbeits- bzw. Lernkollektive mit ihrem Modeverhalten einordnen ist im Anhang, Tabelle 2, dargestellt.)

Tab. 5: Anlässe für modisch besonders betontes Erscheinen
(Jugendliche, die bei den jeweiligen Anlässen des öfteren modisch besonders betont erscheinen, in %; dahinter in Klammern "immer")

	Sch	L	A	St
Anlaß:				
Besuch festlicher Veranstaltungen (Konzert, Oper, öffentl. Veransth. von Rundfunk u. Fernsehen)	82 (54)	84 (61)	89 (60)	91 (68)
Tanzveranstaltungen, Diskotheken	84 (47)	88 (51)	91 (48)	85 (39)
Feiern im Arbeits- oder Lernkollektiv	77 (27)	80 (35)	86 (40)	79 (28)
Familienfeiern	83 (42)	80 (34)	81 (32)	82 (31)
gemeinsame Freizeitgestaltung mit anderen	58 (9)	68 (16)	73 (12)	64 (7)
tägliche Arbeit, Unterricht	33 (3)	31 (3)	35 (3)	28 (2)
allein verbrachte Freizeit	33 (4)	30 (5)	35 (4)	23 (1)

Andas Modeverhalten zu bestimmten Anlässen wird durch die Zugehörigkeit zu unterschiedlichen Alters- und Tätigkeitsgruppen der Jugendlichen nur in geringem Maße differenziert. Modisch betontes Erscheinen wird vor allem bei solchen Freizeitaktivitäten bevorzugt, die mit festlichen oder kulturellen Anlässen verknüpft sind. Für die Schüler ist die Teilnahme an Familienfeiern noch eher ein Grund für Modebetonung als die Beteiligung

an Klassen- oder Schulfesten. Bei den Arbeitern (teilweise auch schon bei Lehrlingen) kehrt sich dieses Verhältnis zugunsten der Betriebs- und Brigadefeiern um.

4. Zur Jugendbekleidung und zu den Jugendmodeeinrichtungen

Die Meinungen der Jugendlichen zur Notwendigkeit und zum Grad der Differenzierung zwischen Mode für Jugendliche und Mode für Erwachsene sind ziemlich einhellig in allen Alters- und Tätigkeitsgruppen:

Tab. 6: Meinungen zur Differenzierung von Jugend- und Erwachsenenmode (in % der Jugendlichen)

		Sch	L	A	St
<hr/>					
"Jugendmode soll sich von der Erwachsenenmode unterscheiden ...					
deutlich in jeder Hinsicht	m	14	19	11	8
	w	16	13	14	13
in bestimmten Details	m	77	68	76	82
	w	80	82	80	84
überhaupt nicht	m	9	13	13	10
	w	4	5	6	3

Die große Mehrheit der Jugendlichen wünscht eine im Detail von der Erwachsenenmode abweichende, jedoch keine generell anders geartete Jugendmode. Mädchen bzw. junge Frauen sprechen sich noch eher als die männlichen Jugendlichen für gewisse Unterschiede aus. (Tabelle 7 s. Bl. 12)

In allen Tätigkeitsgruppen werden von jugendlicher Bekleidung vor allem solche Eigenschaften wie "preiswert" und "modisch aktuell" am häufigsten verlangt. Daran schließt sich die Forderung nach Kombinierfähigkeit (Schüler: "passend für alle Gelegenheiten") an. Lehrlinge allerdings geben der Strapazierfähigkeit den 3. Rangplatz.

Tab. 7: An jugendliche Bekleidung geknüpfte Erwartungen
(in % der Jugendlichen; die Spaltensummen sind gleich 200, da von jedem Jugendlichen 2 Nennungen erfolgten)

	Sch	L	A	St
Eigenschaften, die vor allem von jugendlicher Bekleidung erwartet werden:	männl. u. weibl. zusammen			
kombinierfähig	27	26	37	40
strapazierfähig	32	33	23	28
preisgünstig	42	53	55	56
passend für alle Gelegenheiten	39	23	18	17
modisch aktuell	46	43	42	37
farbenfreudig	6	8	7	2
pflegeleicht	8	14	18	20
	männlich			
kombinierfähig	24	23	30	30
strapazierfähig	48	50	34	42
preisgünstig	43	45	55	58
passend für alle Gelegenheiten	40	31	19	23
modisch aktuell	31	28	35	25
farbenfreudig	3	8	8	3
pflegeleicht	11	15	19	19
	weiblich			
kombinierfähig	31	29	43	49
strapazierfähig	17	16	13	15
preisgünstig	40	61	55	54
passend für alle Gelegenheiten	37	16	17	12
modisch aktuell	60	57	48	48
farbenfreudig	9	8	6	1
pflegeleicht	6	13	18	21

Die Trennung der Tätigkeitsgruppen nach Geschlechtern führt zu teilweise veränderten Präferenzen:

Bei den männlichen Schülern und Lehrlingen nehmen Strapazierfähigkeit, günstiger Preis und "passend für alle Gelegenheiten" in dieser Reihenfolge die ersten drei Plätze ein. Die männlichen

Studenten wünschen am häufigsten preisgünstige Jugendbekleidung, ferner soll sie strapazier- und kombinierfähig sein. Von den männlichen Jugendlichen aller Teilgruppen wird die modische Aktualität erst am vierthäufigsten angeführt - lediglich bei den Arbeitern steht sie an zweiter Stelle. In den weiblichen Teilgruppen besteht weitgehende Übereinstimmung darin, daß Jugendbekleidung preisgünstig, modisch aktuell und kombinierfähig sein soll. Diese Rangfolge stellt sich nur bei den Schülerinnen anders dar: Modische Aktualität wird weit- aus häufiger genannt als eine günstige Preislage. Mit zunehmendem Alter fordern junge Menschen beiderlei Ge- schlechts immer häufiger die Pflegeleichtigkeit ihrer Beklei- dung. Daß diese Eigenschaft (ebenso wie Farbenfreudigkeit) re- lativ selten angeführt wurde, ist mit hoher Wahrscheinlichkeit auf den "Auswahlzwang" (2 von 7 Eigenschaften) zurückzuführen.

Tab. 8: Meinungen der Jugendlichen zu den Jugendmodeeinrichtungen
(Anteile der a) zufriedenen/ b) völlig unzufriedenen Ju-
gendlichen in %)

		Seh	L	A	St
Zufriedenheit mit:					
Anzahl der Jugendmodeein- richtungen	a)	13	10	10	14
	b)	12	18	16	13
Qualität des Angebots	a)	12	9	5	2
	b)	15	22	25	32
Verkaufsatmosphäre	a)	17	19	10	6
	b)	20	19	26	30
Preisniveau	a)	5	5	8	7
	b)	42	46	37	40

Die Jugendmodeeinrichtungen werden von den Jugendlichen aller Teilgruppen recht kritisch bewertet. Während hinsichtlich der Anzahl solcher Einrichtungen noch ziemliche Zufriedenheit kon- statiert werden kann, richtet sich die Kritik am stärksten auf das Preisniveau. Angebotsqualität und Verkaufsatmosphäre wer- den differenziert beurteilt: Von den Schülern über die Lehrlin- ge bis zu den Arbeitern wächst die Unzufriedenheit mit der An- gebotsqualität; am ausgeprägtesten ist sie bei den Studenten. Die Verkaufsatmosphäre wird insbesondere von Arbeitern und Stu-

zenten als nicht zufriedenstellend eingeschätzt. - Die männlichen Schüler äußern in allen Punkten heftigere Kritik als ihre weiblichen Altersgenossen! Dies muß nicht (nur) geschlechtsbedingt sein, sondern hat sicher auch im Warenangebot für die männlichen Jugendlichen eine Ursache. In den anderen Alters- und Tätigkeitsgruppen sind die geschlechtsbedingten Differenzierungen weniger stark ausgeprägt.

5. Markenzeichen, Abzeichen, Embleme an der Kleidung (Einstellungen, Fragegewohnheiten, Motive)

Untersuchungsergebnisse zu dem in der Überschrift angeführten Problemkreis belegen, daß solche Erscheinungen bei bestimmten Teilen der Jugendlichen konzentriert sind und insofern Beachtung verdienen. Andererseits wird ersichtlich, daß eine pauschale Überbewertung solcher "Moden" nicht angebracht ist.

Tab. 9: Einstellungen zu äußerlich sichtbaren Markenzeichen an der Bekleidung (in % der Jugendlichen)

		Sch	L	A	St
Markenzeichen an Produkten					
aus der DDR	a) dafür	14	20	24	17
	b) dagegen	20	16	12	16
aus dem sozialistischen Ausland	a) dafür	14	20	23	14
	b) dagegen	13	14	11	14
aus dem kapitalistischen Ausland	a) dafür	46	36	26	18
	b) dagegen	6	9	14	17

Die Mehrheit der Jugendlichen bezieht in der Frage der Markenzeichen eine gleichgültige Position. Studenten zeigen durchweg das geringste Interesse für diese Markenzeichen - gleich welcher Herkunft die Produkte sind. Die Befürwortung westlicher Markenzeichen an der Kleidung ist bei den Schülern besonders stark verbreitet. Lehrlinge und vor allem Arbeiter befürworten in stärkerem Maße auch die Markenzeichen an sozialistischen Produkten, während der Kreis der Befürworter westlicher Markenzeichen kleiner wird.

Tab. 10: Beurteilung von Jeans aus DDR-Produktion im Vergleich zu westlichen Produkten (in % der Jugendlichen)

Fragestellung: Sind Ihrer Meinung nach Jeans der DDR-Produktion denen des kapitalistischen Auslands gleichwertig?

	Sch	L	A	St
Antworten:				
ja, vollkommen	2	3	8	9
ja, aber mit Einschränkungen	37	35	47	51
kaum	31	31	26	25
überhaupt nicht	30	31	19	15

Jugendliche unterschiedlicher Alters- bzw. Tätigkeitsgruppen beurteilen die Qualität der DDR-Produkte differenziert. Die jüngeren unter ihnen (Schüler und Lehrlinge) geben Jeans aus westlicher Produktion deutlich häufiger den Vorzug. Sehr wahrscheinlich hängt das mit ihrer Einstellung zu westlichen Markenzeichen überhaupt zusammen. Möglicherweise spielt der Umstand eine Rolle, daß sie wegen ihrer ungünstigeren finanziellen Lage auch weniger Erfahrungen mit den relativ teuren DDR-Jeans sammeln konnten.

(Tabelle 3 im Anhang informiert über die Prozentanteile von Jugendlichen, welche Bekleidung als Geschenke aus der BRD oder Westberlin erhalten.)

(Tabelle 11 s. Bl. 16)

Das Tragen von Abzeichen und Emblemen jeglicher Art ist bei den Schülern am stärksten, bei Arbeitern und Studenten am wenigsten verbreitet. Einzige Ausnahme, bei der keine Differenzierung zwischen den Alters- und Tätigkeitsgruppen nachweisbar ist, sind Abzeichen von gesellschaftlichen Organisationen der DDR. In allen Teilgruppen, vor allem jedoch bei Schülern und Lehrlingen, finden sich unter den männlichen Jugendlichen weitaus mehr Abzeichenträger als dies unter den weiblichen Jugendlichen der Fall ist. Besonders anzumerken ist in diesem Zusammenhang, daß 33 % der männlichen Schüler (w Sch 26 %) und 18 % der männlichen Lehrlinge (w L 7 %) Wappenzeichen und Staatsflaggen westlicher Länder an der Kleidung tragen. Von den männ-

lichen Schülern geben 12 %, von den männlichen Lehrlingen 8 % an, daß sie manchmal auch militärische Rangabzeichen oder andere militärische Symbole westlicher Herkunft offen an ihrer Kleidung zeigen! Direkt abgelehnt wird dies nur von zwei Dritteln der männlichen Schüler bzw. vier Fünfteln der männlichen Lehrlinge.

Tab. 11: Das Tragen von Abzeichen und Emblemen durch Jugendliche (in % der Jugendlichen - a) Jugendliche, die entsprechendes tragen, b) Jugendliche, die das ablehnen)

	Sch	L	A	St
Plaketten, Medaillons mit Bildern von Beatgruppen, Schlagerstars u.ä.	a) 26 b) 39	20 53	8 80	3 95
Abzeichen o.ä. von Sportklubs oder -gemeinschaften der DDR	a) 28 b) 57	23 64	16 76	14 79
Abzeichen, Symbole von gesellschaftlichen Organisationen der DDR	a) 20 b) 66	25 65	20 70	18 74
Werbeplaketten, -anhänger, -anstecker, -aufdrucke	a) 26 b) 52	18 68	10 82	6 92
Wappenzeichen und Staatsflaggen westl. Länder	a) 30 b) 50	13 75	8 86	1 97
Rangabzeichen und andere militärische Zeichen westlicher Herkunft	a) 9 b) 74	6 86	3 93	1 98

Tab. 12: Motive für das Tragen von Abzeichen und Symbolen an der Kleidung
(in % der Jugendlichen, die Abzeichen und Symbole tragen)

	Sch	L	A	St
Motiv:				
... weil das andere Jugendliche auch tun	42	20	16	11
... weil ich das eben chic finde	62	53	41	24
... weil ich ein bißchen auffallen, nicht von anderen unterscheiden möchte	23	16	12	13
... weil ich damit eine bestimmte persönliche Meinung ausdrücken will	49	46	42	64
... weil sich andere darüber aufregen, es ablehnen	29	17	9	6

Das Tragen von Abzeichen und Symbolen wird am häufigsten mit der Absicht motiviert, damit eine bestimmte persönliche Meinung zum Ausdruck zu bringen, oder man trägt diese Dinge, weil es gerade chic ist. Während letzteres Motiv bei Schülern besonders häufig bejaht wird, spielt bei Studenten - sofern sie überhaupt solche Dinge tragen - die Demonstration persönlicher Einstellungen eine besonders gewichtige Rolle. Von vergleichsweise großer Bedeutung sind für die Schüler auch das Konformitätsstreben ("andere tun das auch") und die provozierenden Absichten ("andere regen sich auf"). Diesen beiden Aspekten kommt nicht zuletzt deshalb besonderes Gewicht zu, weil gerade die Schüler am häufigsten Abzeichen und Symbole tragen.

6. Zusammenfassende Bemerkungen

I. Schüler motivieren ihr Modeverhalten ähnlich wie Lehrlinge. Die Motive "Anpassung an die Freunde", "Selbstständigkeit gegenüber den Eltern demonstrieren" oder "aussehen wie ein Erwachsener" werden bei den Schülern häufiger als von den Lehrlingen genannt. Bei jungen Arbeitern spielen diese Motive eine unterge-

ordnete Rolle. - Die Akzentuierung von Protesthaltungen vermittels der Mode ist für die meisten Jugendlichen nicht typisch; lediglich bei männlichen Schülern und Lehrlingen wird dieses Motiv relativ oft genannt.

II. Schüler und - bereits mit Abstrichen - auch Lehrlinge sind diejenigen Teilgruppen von Jugendlichen, in denen solche neuen Moden, die das Tragen von Abzeichen, Emblemen, Talismanen u.ä. betreffen, die größte Anhängerschaft finden. Die überwiegende Befürwortung westlicher Markenzeichen an der Bekleidung und die Überbewertung der Qualität westlicher Produkte (z.B. Jeans) bei den Schülern und Lehrlingen sind weitere Indizien dafür, daß jüngere Jugendliche eine Zielgruppe westlicher Manipulationsbestrebungen darstellen. Unter den Schülern ist die Modeinformation über westliche Massenmedien besonders stark verbreitet!

III. Noch konsequenter als bisher muß gegen das Tragen von Flaggen- und Hoheitszeichen oder gar militärischen Rangabzeichen der NATO-Staaten eingeschritten werden. Der Anteil solcher Jugendlicher, die manchmal diese Dinge tragen, ist bei Schülern und Lehrlingen zu hoch als darüber hinwegsehen zu können. Insbesondere gilt es, die Jugendlichen selbst zur Auseinandersetzung mit ihren Altersgefährten in diesen Fragen zu befähigen und zu ermutigen.

Tabelle 1 (Anhang)

Rangplätze der Motive für das Mitmachen der Mode differenziert
nach Geschlechtern
(Rangplätze nach \bar{x} bei 4stufigem AM)

		Sch	L	A	St
Ich mache die Mode mit, um ...					
1. meinen persönlichen Geschmack zeigen zu können	m	1	1	1	1
	w	1	1	1	1
2. besonders jugendlich zu wirken	m	2	2	2	3
	w	2	2	2	3
3. mich meinen Freunden anzupassen	m	3	3	3	4
	w	3	4	4	4
4. mein Selbstbewußtsein zu stärken	m	7	4	4	2
	w	4	3	3	2
5. anderen zu imponieren	m	5	6	5	6
	w	5	5	5	5
6. meine Selbständigkeit gegenüber meinen Eltern zu demonstrieren	m	4	5	9	10
	w	6	6	8	10
7. wie ein Erwachsener auszusehen	m	6	8	8	8
	w	7	7	7	9
8. anderen gegenüber aufzufallen	m	8	7	6	5
	w	8	8	6	6
9. damit Protest gegen allgemein bekannte Verhaltensregeln zu bekunden	m	9	9	10	9
	w	9	10	10	8
10. meine politischen Einstellungen bzw. Anschauungen auszudrücken	m	10	10	7	7
	w	10	9	9	7

Tabelle 2 (Anhang)

Selbsteinordnung der Jugendlichen hinsichtlich ihres Mode-
verhaltens innerhalb ihrer Arbeits- bzw. Lernkollektive (in %)

	Sch		L		A		St	
	m	w	m	w	m	w	m	w
"Ich gehöre zu den- jenigen, die sich neuen Moden zuerst	4	12	7	8	4	7	2	4
schneller als die Mehrheit	31	41	31	37	35	42	24	44
später als die Mehr- heit	47	42	47	47	47	44	59	45
ganz zuletzt	5	2	2	1	3	1	2	1
gar nicht	13	3	13	7	11	6	13	6
anschließen."								

Tabelle 3 (Anhang)

Prozentanteile der Jugendlichen, die Bekleidungsgegenstände als Geschenke von Verwandten/Bekannten aus der BRD oder Westberlin erhalten

	Sch	L	A	St
gesamt	59	52	39	44
männlich	56	53	41	41
weiblich	63	51	37	46

Bekleidungsgeschenke aus der BRD oder Westberlin erhalten Schüler am häufigsten, Arbeiter am wenigsten. Bezogen auf diejenigen Jugendlichen, die überhaupt Verwandte dort haben, erhalten Geschenke:

- ca. 80 % der Schülerinnen,
- ca. 70 % der Schüler (m), Lehrlinge (m wie w)
und Studentinnen,
- ca. 60 % der jungen Arbeiter (m) und Studenten (m),
- ca. 50 % der jungen Arbeiterinnen.